

Rede Vida de Televisão: análise do canal de inspiração católica

*Luís Henrique Marques**

“A televisão exige profissionalização, estrutura organizacional, muito dinheiro e, sobretudo, uma nova linguagem que a igreja não aprendeu ainda a usar”. A afirmação é do padre Mário Celli, da equipe do setor de comunicação da Arquidiocese de São Paulo, dada em entrevista a Maria das Graças e Silva (Silva, 1991). Esse pronunciamento atesta um certo conhecimento de, ao menos, alguns setores eclesiais sobre o que significa o uso eficiente da televisão e, ao mesmo tempo, a deficiência com que a igreja Católica, no Brasil, lida com o assunto.

Partindo desse contexto, a Rede Vida de Televisão – principal investimento da igreja Católica no Brasil nesse setor, desde 1995, quando foi implantada –, permanece dividida pela interpelação de dois importantes desafios: responder à concorrência das grandes emissoras de TV comercial e sua produção marcada por contra-valores como a violência, o consumismo e o hedonismo, e empreender uma disputa mais direta com emissoras ligadas a outras igrejas em termos de produtos estritamente religiosos.

A avaliação a seguir, cujo referencial é a grade de programação da Rede Vida, revela a tendência mais atual da produção televisiva da igreja Católica no Brasil, demonstrando, assim, como, na prática, a emissora de inspiração católica enfrenta os desafios acima mencionados.

Carências na programação

Antes de partirmos para uma avaliação propriamente dita da grade de programação da Rede Vida, é importante observar alguns dados percentuais colhidos a partir de, por assim dizer, 5 diferentes categorizações dos programas desse canal, exibidos de segunda a domingo¹. Esses dados são aproximados.

* Jornalista e Professor da Universidade do Sagrado Coração (USC) nas áreas de Teologia e Jornalismo. É Mestre em Comunicação e Cultura de Massa pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Bauru.

1 A grade analisada foi publicada no *RedeVida*, informativo mensal de programação, ano IV, nº 45, fevereiro de 2001, página 3.

A primeira categorização trata dos programas originais, reprises e reedições (diárias ou semanais). Segundo os dados tabulados, dos 124 programas veiculados pela Rede Vida, diária e mensalmente, 61% são programas originais e 39% reprises e reedições

Na segunda categorização – que trata do gênero do programa, foi considerada apenas o total de programas originais, o que significa não considerar reprises e reedições. Do total de programas originais, 38% são religiosos, 4% de entretenimento, 9% jornalísticos, 3% infanto-juvenis e 46% são de gêneros diversos. Dentro dessa categorização, uma vez que determinados programas podem ser classificados, ao mesmo tempo, segundo dois gêneros diferentes (por exemplo, jornalístico e religioso), procurou-se observar qual destes prevalece. Na categoria “diversos” constam gêneros como revista feminina, educativo, científico, entre outros, cuja presença na grade corresponde, em geral, a um único programa, tornando sua participação percentual pouco expressiva. O fato é que, para a análise que se segue, neste texto, foram consideradas as categorias mais privilegiadas pela programação da Rede Vida.

A terceira categorização destaca a grande participação de religiosos (em contraposição a de leigos) como os apresentadores principais dos programas da emissora católica. Por religiosos, entenda-se arcebispos, bispos, padres diocesanos, religiosos e religiosas. Enquanto 69% dos leigos apresentam programas no canal católico, os outros 31% permanecem nas mãos de religiosos.

A quarta categorização corresponde à soma de programas cuja apresentação principal é exercida por homens ou mulheres, permanecendo a pessoas do sexo oposto a função de auxiliares, quando estas participam dos programas. Os dados evidenciam a pouca participação das mulheres como apresentadoras principais dos programas da Rede Vida (6%), contra 28% de programas apresentados por homens. O restante dos programas (66%) têm entre seus apresentadores principais tanto homens como mulheres.

A intenção da quinta categorização – que trata do formato dos programas – não é classificar todas as fórmulas (estruturas de roteiro) utilizadas nos programas da Rede Vida, mas evidenciar os altos índices para os tipos “entrevistas em estúdio” (20%) e “pregação bíblica/oração” (38%). Quanto aos demais programas, sua estrutura de roteiro é razoavelmente diversificada (42%).

Primeiramente, é preciso levar em conta o fato que qualquer análise sobre a programação da Rede Vida se faz bastante prejudicada pela excessiva alteração da própria grade diária. A razão mais evidente para que isso aconteça é de ordem financeira, isto é, faltam recursos publicitários para manter a veiculação de um programa por muito tempo. O importante aqui é considerar o quanto isso desestimula o telespectador a acompanhar os programas do canal, uma vez que este nunca está seguro de que a programação será seguida conforme publicado mensalmente pelo INBRAC. Outro fator que pode gerar falta de estímulo para que o telespectador sintonize a emissora católica é o considerável índice de reprises e reedições de programas diários ou semanais (conforme demonstra a 1ª categorização).

De qualquer modo, ao analisarmos a grade de programação da Rede Vida, é possível observar pelo menos 3 carências: a falta de jornalismo do próprio canal; a falta de programas de entretenimento e de programas destinados, especificamente, a jovens, adolescentes e crianças (conforme 2ª categorização). No primeiro caso, embora a Rede Vida transmita o telejornal Rede Brasil – Tarde e Revista, produzido pela Fundação Roquete Pinto/ Rede Brasil/TVE, a emissora carece de um informativo seu, capaz de dar a sua própria ótica sobre os principais acontecimentos do país e do exterior.

Resta ao canal o que podemos chamar de jornalismo religioso. Nesse sentido, oportuno é destacar a breve análise que Maria da Penha Rocha Faccio fez em sua dissertação de mestrado sobre o programa de jornalismo religioso, *J. C. TV*, apresentado pelos jornalistas Andréa Bonatelli Trento e Luciana Martins:

“Sobre este telejornal destacamos o seguinte: o texto em *off* ou lido pelos apresentadores deve ser escrito para dar a impressão de que eles estão contando uma história - coloquial, clara e objetiva. A emissora católica coloca no ar quadros parados, com correspondentes falando pelo telefone, textos truncados, de várias dioceses do país, como se esse recurso em televisão fosse uma regra. Hoje, ele é uma exceção, só valendo pela importância e emergência da notícia.” (Faccio, 1998)

A pesquisadora da Pontifícia Universidade Católica de S. Paulo conclui que a Rede Vida, a exemplo de seu telejornalismo religioso, faz rádio na TV, sobretudo devido ao uso excessivo de imagens sem ritmo nem movimento.

O canal tenta compensar a carência de informação, veiculando vários programas de entrevistas em estúdio (conforme 5ª categorização) e breves boletins, a maioria deles, contudo, vale repetir, quase sempre sobre notícias especificamente de cunho religioso. O mais importante entre esses programas e, possivelmente, responsável pelos maiores índices de audiência da emissora é o *Tribuna Independente*, programa diário de entrevistas ao vivo sobre assuntos variados em que o entrevistado responde a questionamentos de 3 ou 4 convidados e do público que participa do programa, enviando perguntas pelo *fax* e pelo telefone.

Em 1998, o boletim informativo da Associação Palavra Viva já noticiava, em sua edição de julho, que “a Rede Vida tem como objetivo agora viabilizar a transmissão ao vivo de seis pontos do Brasil, de um informativo com notícias comunitárias e prestação de serviço” (Carvalho, 1998). Isso já demonstra a iniciativa do canal católico, desde os seus primeiros anos de vida, em reconhecer e suprir uma das carências na sua programação. Nessa linha, a própria Rede Vida tem anunciado, em sua página na internet, um projeto de “lançamento de Unidades Produtoras em todas as regionais da CNBB” que, vinculadas ao *JC-TV*, divulgariam notícias diretamente de suas sedes.

Segundo a direção da emissora católica,

“este projeto poderá ser o início da fase de consolidação da Rede Vida e da formação das indispensáveis estruturas publicitárias que darão sustentação financeira à geradora da TV Independente – INBRAC, produtoras conveniadas dos regionais da CNBB e das próprias emissoras retransmissoras que organizarem seus escritórios comerciais de publicidade nas sedes das dioceses” (Rede Vida, 5 maio 1999).

Quanto à carência de programas de entretenimento durante os dias úteis, além da própria deficiência de recursos, tal fato parece ser explicado pela preocupação da emissora em veicular programas de formação, sobretudo religiosa. Nesse sentido, a Rede Vida assume uma função predominantemente catequética, tendo em vista a esmagadora presença de programas de formação e orientação religiosa em sua programação.

Quanto ao lazer e o entretenimento, estes são também funções básicas da televisão enquanto meio de comunicação de massa, razão mais que suficiente para merecer de qualquer canal de televisão uma atenção

especial a esse respeito (Ramos, 1995). Uma fórmula utilizada com frequência pela emissora católica para superar a carência de atrações em seus programas de entretenimento, é contratar artistas conhecidos e consagrados por gerações mais velhas, como é o caso de Francisco Petrônio, Silvio Brito, Cláudio Fontana e Pedrinho Mattar, que já não possuem mais espaço na televisão comercial. A iniciativa contudo, é limitada, uma vez que estes artistas/comunicadores já não exercem a mesma atração no público (especialmente jovem) para o qual estes apresentam fórmulas e jargões saturados, aposentados há bastante tempo pela audiência.

Tanto quanto carência, a Rede Vida apresenta consideráveis deficiências no tratamento dispensado aos públicos jovem, adolescente e infantil. Uma discussão freqüente no interior da Igreja é a falta de apelos atrativos nas atividades e manifestações para o público jovem, sempre visto como o futuro da própria Instituição. A incompatibilidade de exigências das novas e velhas gerações da igreja Católica parece refletida na grade de programas da Rede Vida: pouco espaço há para uma programação especificamente jovem.

“Na América Latina, cuja população é composta por alta porcentagem de jovens e crianças, esse é um dado relevante: dar-se conta de que as últimas gerações foram educadas sob o impacto da imagem e do som e, nesta década, influenciadas pelo desenvolvimento acelerado da informática”, afirma Maria das Graças da Silva (Silva, *ibidem*). Ela lembra que o próprio Papa João Paulo II destacou a necessidade de uma atualização da linguagem no anúncio da mensagem cristã. Disse o Papa no documento *Catechesi traedenti*, nº 59: “Esta (referindo-se à catequese) tem o dever imperioso de encontrar a linguagem adaptada às crianças e aos jovens do nosso tempo e a muitas outras categorias de pessoas” (João Paulo II in: Silva, *ibidem*).

Essa falta de linguagem adaptada para com os públicos mais jovens aos quais se dirige a mensagem da Rede Vida é uma característica marcadamente presente na sua programação. Quase sempre carentes de recursos audiovisuais (a estética é precária) e protagonizados por âncoras e participantes pouco dinâmicos e carismáticos, os escassos programas destinados ao público jovem e infantil (*Coisas de criança*, *Rinaldi magic show*), mesmo se tentam fugir ao rótulo de religiosos, pecam pelo conservadorismo na linguagem. Isso quando não são imitações mal feitas de programas de auditório dos canais comerciais, demonstrando um indiscutível amadorismo.

Já existiu contudo, um inegável empenho na produção de programas, como foi o caso de *Convocação geral*², em se aproximar da realidade cultural brasileira e, especificamente, da realidade do público jovem. Um dos exemplos desse esforço está na matéria produzida pela *Agência Folha* e publicada pelo jornal *Diário de Bauru* no dia 30 de maio de 1998. A matéria se refere a uma edição do programa *Convocação geral* cuja temática girou em torno do movimento musical *hip hop* no Brasil. “Feito por estudantes e com aspectos amadores, o programa vale pela maneira didática como mostra o que é a força que tem o movimento *hip hop*”, afirma a reportagem (*Agência Folha*, 1998). Através da abertura ao debate e manifestações como a defesa da “atitude do MST (Movimento Sem Terra) diante dos saques no sertão e da política de invasões de terra” por um de seus entrevistados, entre outros posicionamentos, o programa demonstrou, se não uma tendência progressista, ao menos democrática.

De qualquer modo, o padrão de roteirização, ritmo, conteúdo, linguagem audiovisual dos programas da Rede Vida, em geral, e a exagerada reapresentação de programas, bem como a excessiva redundância na abordagem de certos assuntos (sobretudo religiosos), faz com que a emissora permaneça à margem da própria evolução atual da instituição televisão. O canal católico busca, conscientemente ou não, quebrar certos estereótipos da televisão comercial, “quando abre espaço, ora para apresentações que trazem sotaques regionais, ora para rostos que não são adequados ao padrão de beleza e juventude da sociedade mais ampla” (Mariz, 1998). É o que acontece também ao abrir amplo espaço para especialistas em diferentes áreas do conhecimento, preferindo-os aos artistas, modelos e atletas, ao contrário do que acontece nas redes comerciais.

Por outro lado, a emissora rompe com o padrão *fast thinking* – conforme definição de Pierre Bourdieu para o padrão da televisão comercial (Bourdieu in Mariz: *ibidem*). Ao insistir com programas longos e que exigem o acompanhamento atento e reflexivo do telespectador, a Rede Vida ignora o fato de que a televisão é “um instrumento de mensagens visuais e comunicação concisa”, exigindo “um tipo de pensamento rápido e inconciliável a um processo reflexivo propriamente dito” (Bourdieu, *ibidem*). Uma conclusão a que se pode chegar, *a priori*, é que a Rede Vida

2 O programa *Convocação Geral* não consta mais na programação da Rede Vida, conforme revela a grade analisada neste comentário.

faz televisão para fiéis - que como tais, estão predispostos a aceitar fielmente seus produtos - e não para telespectadores, que necessitam e querem ser cativados.

O canal da família ou o canal da igreja?

“O canal da família”. Este é o *slogan* da Rede Vida, anunciado durante toda a programação da emissora, seja em chamadas durante os próprios programas, seja nos intervalos comerciais. A Rede Vida quer ser o canal da família. Mas não de qualquer família. Segundo o *Catecismo da igreja Católica*, documento que contém a doutrina e normas éticas de conduta para os católicos do mundo todo, “o lar cristão é o lugar em que os filhos recebem o primeiro anúncio da fé. Por isso, o lar é chamado, com toda razão, de ‘Igreja doméstica’, comunidade de graça e de oração, escola das virtudes humanas e da caridade cristã” (Catecismo, s.d). Este é, pois, o conceito de família a que se refere o *slogan*: trata-se de uma reprodução, em escala bem menor, da grande família chamada igreja. E, é claro, igreja (cristã) Católica Apostólica Romana.

Como afirmado anteriormente, a proposta da Rede Vida - cuja linha parece se confundir entre ser uma resposta à TV comercial e ao avanço das igrejas evangélicas pentecostais -, na prática, faz com que a emissora assuma, enfim, o perfil de um canal essencialmente cristão católico, feito para famílias cristãs católicas. Já, de acordo com Cecília Loreto Mariz, a Rede Vida, ao denominar a si mesmo como o canal da família, reforça as pretensões universalistas dos católicos:

“A ênfase nessa proposta indica que a igreja Católica não se vê como uma minoria, nem perdeu seus projetos de cunho universalista. Mas, pelo contrário, se considera a responsável e mentora da família brasileira em geral, a quem a Rede Vida se dirige, e não apenas da família católica. A Rede Vida quer assim falar para todos e caminha nesse sentido com o seu projeto de apresentar programas produzidos por grupos judaicos (como é o caso do programa Arnaldo Niskier)” (Mariz, *ibidem*).

Ainda que supostos progressistas e conservadores rejeitem suas próprias categorizações, não é difícil notar que a Rede Vida tem, na sua programação, uma presença marcadamente conservadora. Basta saber que

só a Associação do Senhor Jesus (produtora católica de televisão ligada à RCC) já chegou a ser responsável pela veiculação de 6 programas, entre diários e semanais, exibidos pela Rede Vida.

O que poderíamos chamar de catolicidade da Rede Vida³ está marcada também pela constante presença de clérigos (bispos e sacerdotes), religiosos e religiosas em programas da emissora. Em seu discurso oficial, o canal católico se defende, pretendendo justificar sua sintonia com o discurso atual da Igreja que prega o “protagonismo dos leigos”:

“Na Rede Vida de Televisão, leigos da primeira, segunda e terceira idade – às vezes um tanto ‘leigos’ em artes, mas sempre artistas na fé – puxam o terço, participam da missa diária, cantam liturgias e celebram paraliturgias, na tradicional alegria de festas populares, em templos e estúdios, praças e residências” (*Informativo*, abr 1998).

A forte marca clerical é ainda mais acentuada inclusive no vestuário de muitos clérigos que se apresentam ou participam de programas da Rede Vida:

“É interessante notar um aparente paradoxo: justamente os padres que mais se adaptam à moderna linguagem televisiva, os carismáticos, são os que optam pelo tipo de vestimenta tradicional, a batina. Essa agora não é símbolo de modéstia, e nem um sinal de apego a tradições passadas. O uso da batina pode se explicar por ser uma vestimenta que comunica algo, que identifica alguém, uma ‘vestimenta mensagem’. Sem batina, o padre precisa falar para se identificar: a batina fala por si mesma. É uma mensagem visual que toca ao receptor mais rápido do que as palavras” (Mariz, *ibidem*).

Os programas *Frente a frente com Dom Antônio*, *Palavra do Arcebispo* e *Mensagem do Cardeal*, e programas de formação religiosa (como *Palavra viva*, *A palavra de Deus* e *Páginas difíceis da bíblia*, além da transmissão diária da missa), quase sempre apresentados por bispos ou sacerdotes, são mostras freqüentes de um clericalismo dominante na programação da Rede

3 A expressão quer traduzir uma característica forte da Rede Vida segundo a qual a emissora, embora não pertencente à igreja Católica, está diretamente ligada àquela instituição religiosa. Curiosa e paradoxalmente, o uso do termo católico não expressa seu sentido original, etimológico, isto é, a universalidade, uma vez que sua referência limita-se a um único grupo religioso.

Vida. Tais programas fazem o canal confundir-se com um altar ou púlpito eletrônico (veja 5ª categorização). É importante considerar que esse perfil de programa tende a ser altamente desinteressante – em especial para os jovens –, inclusive, pelo próprio formato que costumam ter: uma única câmera permanece estática, focando o apresentador que, não bastasse a pouca intimidade com a linguagem televisiva, costuma falar longamente e utilizar expressões que estão acima da média de erudição do público. Considerações como essas fizeram o padre César Moreira, jornalista e presidente da UNDA (União de Radiodifusão Católica), afirmar em entrevista à revista *Imprensa*: “Um dos principais problemas da igreja hoje à adaptação da linguagem clerical para a linguagem jornalística” (Bresser, 1995).

Aqui cabem novas considerações do padre Mário Celli: “A linguagem da Igreja tem ainda uma característica verticalista, resultante da sua estrutura institucional. A Igreja acostumou-se, por muitos anos a mandar, interpretar, dirigir e dogmatizar, seja em nível de documentos como em nível de doutrina e culto” (Silva, *ibidem*). A tais afirmações, vale acrescentar o que diz Maria das Graças da Silva: “Quando um padre ou um bispo vai à TV está preocupado com o que dizer. E esse o que dizer, na maioria das vezes, é defender uma posição que não se discute, quando hoje a linguagem televisiva toca o fato emocional; não parte de idéias, mas de acontecimentos que emocionam” (Silva, *ibidem*).

Também o ex-superior-geral da Companhia de Jesus, padre Pedro Arrupe, testemunhou sua preocupação com a linguagem pouco acessível da Igreja institucional. Assim ele se expressou ao referir-se à diminuição de vocações para a sua congregação como uma das prováveis conseqüências do insucesso comunicacional da igreja Católica:

“Receio – disse ele – que estejamos a ponto de oferecer as respostas de ontem para lidar com os problemas de amanhã, que estejamos falando de um modo tal que as pessoas já não nos entendam, que estejamos empregando uma linguagem que não atinja os corações dos homens e das mulheres. Se for assim, então iremos falar muito, mas só para nós mesmos” (Berstein, 1996).

Além do próprio fato de que a visão de igreja centralizada na classe sacerdotal ser reducionista - para muitos da própria instituição -, é claramente notório que, na maioria dos casos, a linguagem da TV católica se mostra ineficaz quando exclusivamente “nas mãos” dos clérigos. A razão é simples: o discurso sacerdotal privilegia o racional. Já, segundo Maria

das Graças da Silva, “a sofisticação literária e intelectual não combina com a língua eletrônica” (Silva, 1991). E a pesquisadora justifica, valendo-se da argumentação de Pierre Babin: “A linguagem audiovisual, por causa da sua ligação com o som e a imagem precisa de palavras concretas e de estilo de frases que estejam unidas à matéria” (Silva, *ibidem*).

Conclusão

Embora a direção do INBRAC (Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã), entidade mantenedora da Rede Vida de Televisão, tenha declarado ao jornal *Folha de São Paulo* que a intenção da entidade não era que a nova emissora transmitisse somente programas religiosos (Carranza, 1997), é inegável constatar que a maior parte da programação do canal é dedicada à formação e orientação religiosa (católica) de seu público. Ari Pedro Oro, em seu livro *Avanço pentecostal e reação católica* confirma essa intenção do canal católico, citando palavras do próprio João Monteiro de Barros Filho segundo as quais o objetivo da Rede Vida é “evangelizar o Brasil pela televisão” (Oro, 1991).

Por outro lado, se considerarmos a declaração do jornalista Ricardo Carvalho, da Argumento Produtores Associados (uma das produtoras independentes responsáveis pela grade de programação da emissora), é possível perceber uma certa coerência na proposta inicial do canal e sua atual programação. Afirmou Carvalho à revista *Família cristã*, logo no início das transmissões da Rede Vida: “Queremos centrar nossa programação na informação, na prestação de serviços e na troca de experiências comunitárias” (Gianella Jr, 1995). É possível constatar que a programação está voltada para tais propósitos. Resta saber se a informação, a prestação de serviços e a troca de experiências comunitárias, às quais se refere Ricardo Carvalho, não devam se limitar ao âmbito religioso.

Percebe-se, desse modo, que a Rede Vida encontra diante de si dois desafios, bastante distintos: de um lado competir com as televisões comerciais; de outro, ser uma resposta à invasão neopentecostal nos meios de comunicação, sobretudo nas emissoras de TV. A questão é saber, primeiramente, se é possível ao canal católico comprar essas duas brigas, até porque questiona-se se é possível compatibilizar as características de católico e comercial. Dada a falta de recursos financeiros com que se debate a Rede Vida para manter no ar sua programação, na disputa com os canais comerciais, a emissora parece perder de longe pela falta de apelos atraentes, sobretudo ao público jovem.

Referências bibliográficas

- AGÊNCIA FOLHA. TV católica mostra a revolução do rap, *Diário de Bauru*, Bauru: 30 mai.1998.
- CATECISMO da Igreja Católica. São Paulo: várias editoras, 5ª ed., s/d.
- BERSTEIN, C. & POLITI, M. *Sua santidade: o papa João Paulo II e a história oculta de nosso tempo*. Tradução: M.H.C. Cortes. Rio de Janeiro: Objetiva, 4ª ed., 1996.
- BRESSER, D. Em nome de Deus. *Imprensa*, ago 1995, p. 24.
- CARRANZA, B. *O rebanho midiático*. Goiânia: Seminário de Pastoral Urbana da CNBB, set 1997, 13p. (mimeo)
- CARVALHO, D. Religião eletrônica. *Boletim Informativo Palavra Viva*, São Paulo: n.1, jul.1998.
- FACCIO, M. da P. R. *Religião na TV: estudo de redes brasileiras*. São Paulo: PUC-SP, 1998. Tese de Mercado.
- GIANNELLA JR, F. Rede Vida dá os primeiros passos. *Família Cristã*, n. 715, 1995.
- INFORMATIVO Rede Vida. São Paulo: IBCC, abr 1998.
- INFORMATIVO Rede Vida. São Paulo: IBCC, fev 2001.
- MARIZ, C.L. A Rede Vida: o catolicismo na TV. *VIII Jornada sobre alternativas religiosas na América Latina*, São Paulo: 22-25set1998, 22p (mimeo)
- ORO, A. P. *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis: Vozes, 1991.
- RAMOS, J.M. *Televisão, publicidade e cultura de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- REDE Vida. *Rede Vida, o canal da família, a TV do papa: dez informações esclarecedoras*. URL: <http://www.redevida.com.br/historico.htm>. Pesquisado em 05 maio 1999.
- SILVA, M. das G. *A Igreja e a evangelização pela TV: como preparar programas de TV*. São Paulo: Paulinas, 1991.

Comunicação & Sociedade

Revista semestral de
Ciências da Comunicação, integrante do
Programa de Pós-graduação em
Comunicação Social da
Universidade Metodista de São Paulo.

Artigos, comentários, relatos de pesquisa
e resenhas de obras.

A revista acolhe textos inéditos de pesquisadores
do Brasil e do Exterior.



Universidade
Metodista
de São Paulo

Edição

Programa de Pós-graduação em Comunicação Social

Rua do Sacramento, 230 – Edifício Iota - Rudge Ramos – 09735-460 – São Bernardo do Campo – SP

Fone: (55_ _11) 4366-5883/4366 5550 – Fax: (55XX11) 4366-5817

e-mail: publicom@metodista.br

Pedidos de permuta e exemplares avulsos

Editora Universitária

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – 09735-460 – São Bernardo do Campo – SP

Telefone: (55_ _11) 4366-5599/4366-5537 - *e-mail: editora@metodista.br*